

BRANDING, DESAIN KEMASAN DAN PEMASARAN ONLINE DI DESA SRIWULAN, KECAMATAN LIMBANGAN, KABUPATEN KENDAL PROVINSI JAWA TENGAH

BRANDING, PACKAGING AND ONLINE MARKETING DESIGN IN SRIWULAN VILLAGE, KECAMATAN LIMBANGAN, KENDAL DISTRICT, CENTRAL JAVA PROVINCE

Nugroho Dwi Saputro, Mega Novita², Setyoningsih Wibowo³

^{1,2,3}Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas PGRI Semarang

¹nugputra@upgris.ac.id, ²novita@upgris.ac.id, ³setyoningsihwibowo@upgris.ac.id

Abstrak

Desa Sriwulan mempunyai beberapa potensi desa yang perlu dipublikasikan secara umum diantaranya adalah pengolahan keripik kimpul, kolang-kaling, gula aren, kopi dan ada juga pengusaha mebel. Permasalahan yang dihadapi adalah kopi yang selama ini dijual tidak mempunyai nama produk (merk), pengemasan hanya bungkus plastik yang distreple biasa, dalam pemasaran hanya di lingkungan desa (pasar atau warung). melalui workshop pelatihan dan pendampingan pembuatan desain branding, desain kemasan dan penggunaan smartphone untuk pemasaran online yang dapat memperluas pemasaran. Evaluasi dilakukan untuk memperbaiki setiap kekurangan yang ditemukan selama pengabdian dilaksanakan. Setiap kegiatan dievaluasi dan perbaikan dilakukan berdasarkan hasil evaluasi tersebut. Pemahaman tentang branding mengalami peningkatan 50%, pemahaman tentang desain kemasan 48,44% sedangkan untuk pemahaman tentang pemasaran online 47,81%.

Kata kunci : pengabdian, kopi, branding, packing, pemasaran, online

Abstract

Sriwulan village has several village potentials that need to be publicized, including processing chips, chips, palm sugar, coffee and furniture entrepreneurs. The problem faced is that coffee that has been sold does not have a product name (brand), the packaging is just plain plastic packaging, in marketing only in the village environment (market or stall). through training workshops and mentoring on branding design, packaging design and the use of smartphones for online marketing that can expand marketing. An evaluation is carried out to correct any deficiencies found during the service. Every activity is evaluated and improvements are made based on the results of the evaluation. Understanding of branding has increased 50%, understanding of packaging design 48.44% while for understanding of online marketing 47.81%.

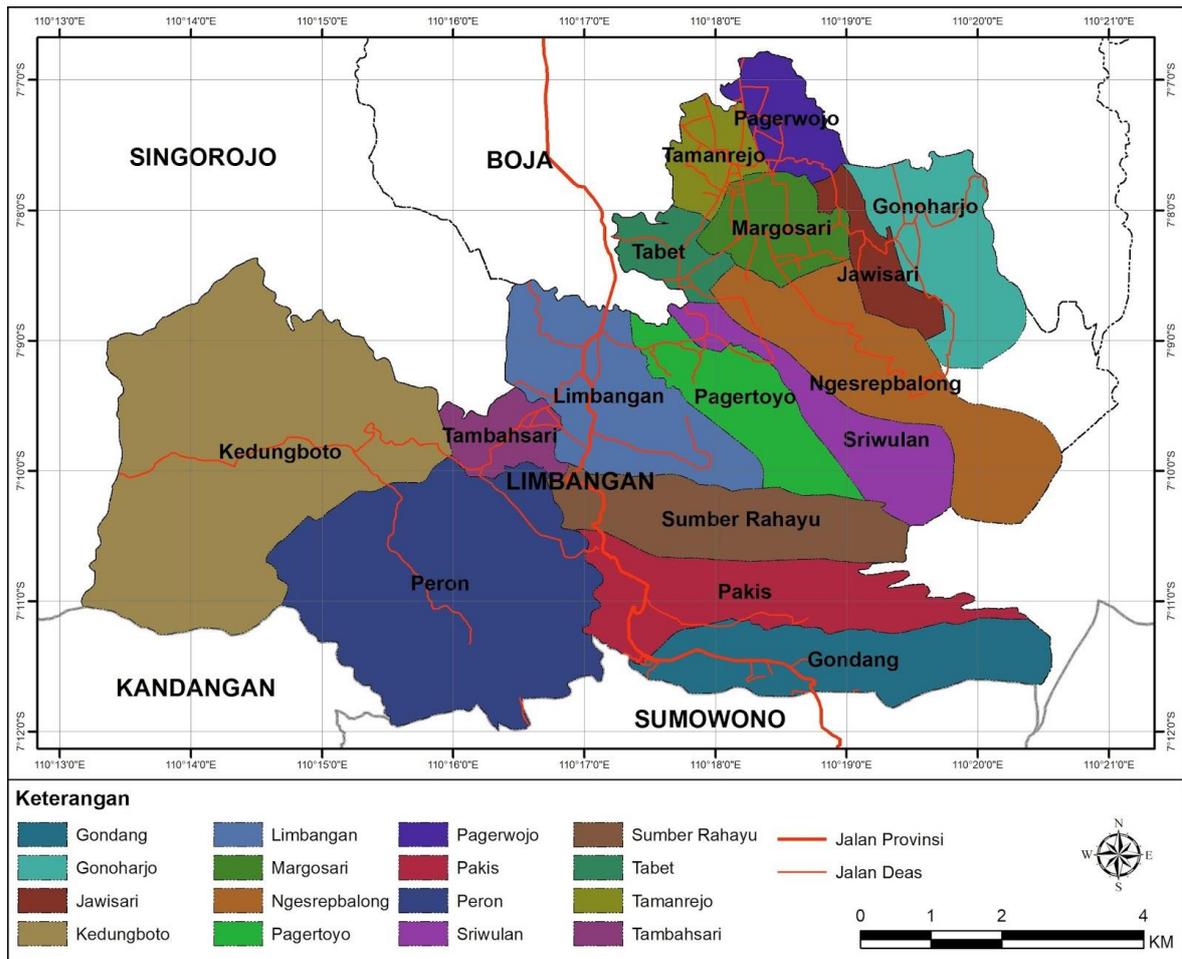
Keywords: service, waste, social media, marketing

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal memiliki 16 (enam belas) desa, diantaranya adalah Desa Sriwulan. Yang terletak sebelah timur Desa Ngesrebalong, sebelah barat daya Desa Sumber Rahayu dan sebelah selatan Desa Pagertoyo.

Desa Sriwulan mempunyai 2 (dua) dusun yaitu Dusun Sriwulan mempunyai 2 (dua) RT dan Dusun Kalikesekek mempunyai 3 (tiga) RT. Desa Sriwulan memiliki iklim yang sejuk dengan suhu udara berkisar 25 - 27°C, sehingga .



Gambar 1. Peta Wilayah Kecamatan Limbangan

Desa Sriwulan sementara ini dipimpin oleh Penjabat Kepala Desa bernama Ibu Nafisah, S. SOS. Karena pemilihan kepala desa baru dilaksanakan pada pertengahan bulan Maret 2020. Perangkat desa adalah salah satu organ pemerintahan desa. Kedudukan perangkat desa adalah membantu kepala desa dalam menjalankan fungsi pemerintahan. Perangkat desa Sriwulan terdiri dari sekertaris desa, bendahara desa, kepala urusan umum, kepala urusan pemerintahan, kepala urusan bank, bagian pembangunan desa, tenaga teknis dan masing-masing mempunyai staff sendiri-sendiri.

Desa Sriwulan mempunyai beberapa potensi desa yang perlu dipublikasikan secara umum diantaranya adalah pengolahan keripik kimpul, kolang-kaling, gula aren, kopi dan ada juga pengusaha mebel.

Mayoritas pekerjaan warga Desa Sriwulan adalah petani. Salah satu hasil panen yang menjadi unggulan di desa ini adalah Kopi. Kopi yang dihasilkan atau yang dijual adalah berupa biji dan serbuk. Kopi yang selama ini dijual tidak mempunyai nama produk (merk), pengemasan hanya bungkus plastik yang distreples biasa, dalam pemasaran hanya di lingkungan desa (pasar atau warung).

Dari hasil temuan itu, Kepala Desa Sriwulan Ibu Nafisah menyarankan kepada tim pengabdian untuk memberikan pelatihan dan pendampingan tentang branding, desain

kemasan dan pemasaran online kepada pemuda pemudi karang taruna dengan tujuan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.



Gambar 2. Tampilan kopi Desa Sriwulan

1.1. Permasalahan Mitra

Hal terpenting dalam suatu produk adalah bagaimana mencari nama produk yang tepat (pelabelan/branding), bagaimana pengemasan yang menarik minat pembeli dan menambah harga jual serta bagaimana sistem promosinya.

Permasalahan mitra saat ini adalah kurangnya pengetahuan dalam pelabelan (branding), desain kemasan dan masih minimnya pemahaman tentang pemasaran online.

Oleh karena itu kegiatan seperti pelatihan dan pendampingan perlu diadakan guna meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan bagi pemuda pemudi karang taruna di Desa Sriwulan dalam penentuan nama produk (branding), desain kemasan dan pemasaran online.

Menyikapi permasalahan tersebut dan sesuai arahan dari ibu kepala desa, maka Universitas PGRI Semarang dalam hal ini Fakultas Teknik dan Informatika, Program Studi Informatika memandang perlu untuk turut berperan aktif dalam memberikan workshop pelatihan dan pendampingan bagi karang taruna di Desa Sriwulan.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yaitu pemberdayaan pemuda pemudi karang taruna di Desa Sriwulan, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal melalui pelatihan dan pendampingan dalam penentuan nama produk

(branding), desain kemasan dan pemasaran online yang dapat meningkatkan nilai jual dan memperluas pemasaran.. Tahapan yang dilakukan antara lain:

a. Sosialisasi program

Kegiatan sosialisasi ini memiliki tujuan yaitu untuk memberi gambaran mengenai program pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan, dimana di dalamnya tercakup latar belakang, tujuan dan bagaimana kegiatan akan dilakukan. Selain itu juga untuk memberikan pemahaman dan motivasi kepada karang taruna agar peserta bisa berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan program sehingga program PKM dapat terlaksana. Target peserta adalah pemuda pemudi karang taruna di Desa Sriwulan, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal.

- b. Pemaparan materi tentang penentuan nama produk (branding), desain kemasan. Pemaparan materi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan akan pentingnya sebuah label yang menjadi merek suatu produk, dimana produk yang menjadi focus pelatihan disini adalah kopi, desain kemasan yang menarik sehingga bisa meningkatkan penjualan. Dalam pelatihan ini menyediakan pemateri dan materi yang akan disampaikan. Sedangkan mitra berperan dalam menyediakan tempat serta peserta pelatihan.



Gambar 3. Pemaparan materi tentang penentuan nama produk dan desain kemasan

c. Pelatihan pemasaran online

Pelatihan ini bertujuan memberikan pengetahuan tentang pentingnya pemasaran sehingga pemasaran semakin meluas dan meningkatkan penghasilan. Dengan memanfaatkan alat komunikasi yang ada yaitu smartphone dan memaksimalkan penggunaannya melalui social media sebagai media pemasaran online



Gambar 4. Pelatihan pemasaran online

d. Evaluasi

Evaluasi ini dilakukan untuk memperbaiki setiap kekurangan yang ditemukan selama pengabdian dilaksanakan. Setiap kegiatan dievaluasi dan perbaikan dilakukan berdasarkan hasil evaluasi tersebut.

Skala Penilaian:

4: Sangat Paham

3: Paham

2: Kurang Paham

1: Tidak Paham

Tabel 1. Rancangan Kuesioner tentang Branding Produk

No	Pertanyaan	Skala Penilaian			
		1	2	3	4
1.	Bagaimana tingkat pemahaman anda dengan istilah branding?				
2.	Bagaimana tingkat pemahaman anda tentang tujuan branding?				
3.	Bagaimana tingkat pemahaman anda tentang manfaat branding?				
4.	Bagaimana tingkat pemahaman anda tentang cara untuk membangun sebuah branding?				

Tabel 2. Rancangan Kuesioner tentang Kemasan Produk

No	Pertanyaan	Skala Penilaian			
		1	2	3	4
1.	Bagaimana tingkat pemahaman anda tentang Produk kemasan?				
2.	Bagaimana tingkat pemahaman anda peran Produk kemasan dalam produksi?				

3.	Bagaimana tingkat pemahaman anda tentang manfaat Produk kemasan?				
4.	Bagaimana tingkat pemahaman anda tentang penerapan Produk kemasan yang baik?				

Tabel 3. Rancangan Kuesioner tentang Pemasaran Produk

No	Pertanyaan	Skala Penilaian			
		1	2	3	4
1.	Bagaimana tingkat pemahaman anda tentang pemasaran online?				
2.	Bagaimana tingkat pemahaman anda tentang fungsi pemasaran online?				
3.	Bagaimana tingkat pemahaman anda tentang tata cara pemasaran online?				
4.	Bagaimana tingkat pemahaman anda tentang aturan pemasaran online?				

3. PEMBAHASAN

Untuk memperbaiki setiap kekurangan yang ditemukan selama pengabdian dilaksanakan. Setiap kegiatan dievaluasi dan perbaikan dilakukan berdasarkan hasil evaluasi tersebut.

Setelah kegiatan selesai, kemudian diadakan evaluasi dan refleksi hasil kerja pelatihan dan pendampingan. Seberapa besar penguasaan peserta terhadap materi dapat dilihat dari hasil pengetahuan dan kinerja praktiknya. Keberhasilan kegiatan ini dilihat dari indikator keberhasilan program peserta pelatihan dan pendampingan, yaitu:

- 1) Pengetahuan dan ketrampilan peserta mitra terkait pelabelan, kemasan dan pemasaran online bertambah, dapat dilihat dari nilai tes sebelum dan sesudah pendampingan.
- 2) Memberikan manfaat bagi peserta mitra sehingga dapat diimplementasikan dalam aktivitas atau kegiatan sebagai pelaku umkm.

Evaluasi dilakukan dengan mengadakan *pretest* dengan maksud agar mengetahui sejauh mana pengetahuan peserta sebelum pelatihan yang dilakukan. Hal ini juga bisa digunakan sebagai acuan sehingga pada saat penyampaian materi bisa menyesuaikan. *Posttest* dilakukan pada saat akhir pendampingan, sehingga dapat dibandingkan tingkat pengetahuan peserta sebelum dan sesudah pendampingan. *Usefulness* atau kebermanfaatan kegiatan yang dirasakan oleh mitra juga menjadi bagian penting dari evaluasi, sehingga dilakukan wawancara dan pertanyaan saat *posttest*. Harapannya diketahui sejauh mana materi dapat memberi manfaat sebagai tambahan *skill* bagi peserta.

Dalam pelaksanaan pendampingan ini ada beberapa hambatan yang kami alami diantaranya adalah:

- 1) Daya tangkap para peserta yang berbeda-beda sehingga ada materi yang tidak dapat dicerna dengan baik oleh sebagian peserta.
- 2) Adanya keterbatasan waktu pendampingan karena warga dan pelaku umkm bekerja full time jadi hanya bisa dilakukan setelah jam kerja, di hari libur atau malam hari.

Melalui pendampingan ini diharapkan peserta pelatihan mampu menciptakan ide-ide kreatif dalam hal pemberian nama produk (branding), desain kemasan dan pemasaran online sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Hasil yang diperoleh dari rekapitulasi evaluasi:

1. Pemahaman tentang Branding

Sangat paham	=	50	%
Paham	=	30.94	%
Kurang paham	=	13.44	%
Tidak paham	=	5.63	%
2. Pemahaman tentang Desain Kemasan

Sangat paham	=	48.44	%
Paham	=	35	%
Kurang paham	=	11.88	%
Tidak paham	=	4.69	%
3. Pemahaman tentang Pemasaran Online

Sangat paham	=	47.81	%
Paham	=	28.75	%
Kurang paham	=	16.56	%
Tidak paham	=	6.88	%

4. KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dalam pelatihan dan pendampingan dalam branding, desain kemasan dan pemasaran online dengan warga desa dan pelaku umkm serta karang taruna di Desa Sriwulan dilaksanakan dengan sukses dan apa yang direncanakan tercapai sesuai target yaitu:

1. Pemberian label dengan nama Kopi Sriwulan, Kopi Jaran (Kopi Jahe dan Gula Aren).
2. Bertambahnya pengetahuan dan ketrampilan dalam mendesain kemasan dengan memanfaatkan plastic klip agar terjaga kebersihannya.
3. Bertambahnya pengetahuan dengan memanfaatkan social media (whatsapp dan Instagram) sebagai pemasaran online.
4. Hasil evaluasi menunjukkan hasil adanya peningkatan disetiap pemahaman, Pemahaman tentang branding mengalami peningkatan 50%, pemahaman tentang

desain kemasan 48,44% sedangkan untuk pemahaman tentang pemasaran online 47,81%.

4.2. Saran

1. Masih perlu adanya keseriusan dan kemauan untuk dapat mengimplementasikan materi yang sudah disampaikan.
2. Perlu adanya perangkat komputer yang spesifikasinya memenuhi dan fasilitas untuk mendesain branding.
3. Perlu adanya koneksi internet yang cepat dan handal.
4. Perlu pendampingan multi disiplin ilmu untuk meningkatkan kreatifitas yang beragam dari peserta pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Jonathan Sarwono, K. Prihartono, (2010). *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*, Elexmedia Komputindo, Jakarta.
- [2] Kotler and Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson: Prentice hall
- [3] Rachmawati. [Online]. Tersedia: http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/527/jbptunikompp-gdl-rachmawati-26318-5-unikom_r-i.pdf. [29September 2012, 17.35 WIB].
- [4] Ryan, D., (2014) *Memahami Pemasaran Digital: Strategi Pemasaran untuk Melibatkan Generasi Digital*, 3 Juni 2014
- [5] Saleh, Abdul Rahman. (2010). *Membangun Perpustakaan Digital: Step by Step*. Jakarta: Sagung Seto.
- [5] Suara Merdeka (2020), KKN UPGRIS Masyarakat Dilatih Ciptakan Kemasan Produk Yang Menarik, <https://www.suaramerdeka.com/sm cetak/baca/216264/masyarakat-dilatih-ciptakan-kemasan-produk-menarik>